



исследовательский центр
АНАЛИТИК

Россия, Екатеринбург,
www.rc-analitik.ru

Второй
всероссийский
форум
практических
решений

ЭЛЕКТРОННЫЙ Москва
МУНИЦИПАЛИТЕТ 20–21 октября
2011

«ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНОВ ВЛАСТИ»

результаты исследования

2012

[В отчете представлены результаты опроса руководителей и сотрудников администраций городских и районных муниципальных округов Российской Федерации, проходивший в декабре 2012 г.]

(с) Мозолин А.В., Центр «Аналитик», 2012

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Проблемное поле исследования	4
Задачи и проблемы информационной политики органа власти.....	4
Теоретические представления об информационной политике органов власти.....	6
Представления об информационной политике органа власти руководителей и сотрудников муниципалитетов	8
Эксперты, принявшие участие в исследовании.....	8
Определение, задачи и целевые группы информационной политики органа власти.....	9
Подходы к определению	9
задачи информационной политики	10
Содержательная основа информационной политики.....	11
целевые группы информационной политики.....	12
Кто должен отвечать за реализацию информационной политики органа власти?	13
Профессиограммы специалистов, отвечающих за реализацию информационной политики органов власти.....	14
Приложение 1. Список администраций муниципальных районов и городов, принявших участие в исследовании (с указанием субъекта РФ).....	27

Введение

Проблемы формирования и управления информационной политикой в последние годы не только не утратили своей актуальности, а скорее наоборот, приобрели еще большую значимость. В связи с этим, не случайно в октябре 2011 года на состоявшемся в Москве IV-ом Национальном инвестиционном форуме «Муниципальная Россия 2011», прошел круглый стол «Эффективная информационная политика, развитие и продвижение территорий».

Во многом именно этот круглый стол послужил отправной точкой для проведения исследования, результаты которого мы и хотим представить вашему вниманию.

Сегодня реализация стратегических планов развития территорий во многом зависит от того, насколько системно и комплексно будет выстроена публичная политика органа власти. Без учета общественного мнения населения, без выстраивания системы информационного взаимодействия с конкретными целевыми группами, без работы по формированию патриотизма, лояльности к территории проживания, реализации задач, связанных с повышением качества жизни, развития экономической и социальной инфраструктуры весьма затруднена.

Фактически все участники форума отметили, что, привлекая инвестиции в регион, многие муниципалитеты сталкиваются с проблемой нехватки трудовых ресурсов, для реализации этих проектов. И данная проблема только усиливается.

Одним из путей, направленных на ее решение, как раз и является разработка комплексной информационной политики органа власти.

Исходя из этих задач, Центром «Аналитик» совместно с организаторами фо-

румов «Муниципальная Россия» и «Электронный муниципалитет» провели экспертный опрос руководителей и сотрудников органов муниципального управления, отвечающих за вопросы реализации информационной политики.

Основная цель исследования заключалась в выявлении общих представлений об информационной политике органа власти муниципального уровня, а также выявить проблемы, связанные с ее реализацией.

Опрос проходил в декабре 2011 – январе 2012 гг. и позволил нам охватить представителей 40 муниципалитетов. Добавим, что территориально были представлены 29 краев, областей и республик Российской Федерации (см. Приложение № 1.)

Несколько слов о структуре представляемого отчета.

На сегодняшний день существует достаточно широкий спектр представлений о структуре и сущности информационной политике органа власти. В связи с этим, в первой части отчета мы попытаемся в нескольких слова сформулировать свое видение об этой сфере деятельности и существующие в ней проблемы.

Во второй часть представлены полученные в ходе опроса результаты.

В последний раздел мы поместили обобщенные данные, которые были получены Центром «Аналитик» в ходе изучения деятельности реально работающих специалистов, отвечающих за реализацию информационной политики своего органа власти. На наш взгляд, эти данные будут интересны тем, что дают представление о существующей практике и опыте, накопленном информационными структурами власти за последние десять лет.

Проблемное поле исследования

ЗАДАЧИ И ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНА ВЛАСТИ

Сегодня реализация стратегических планов развития территорий во многом зависит от того, насколько качественно будет выстроена публичная политика органа власти.

Если мы говорим о реализации проектов, программ, направленных на повышение качества жизни, то все они сегодня носят однобокий характер, затрагивая лишь материальную сторону жизни.

Тем не менее, понятно, что без учета общественного мнения населения, без выстраивания системы информационного взаимодействия с конкретными целевыми группами, мы будем постоянно сталкиваться с ростом социальной напряженности, проходящим на фоне социальных, экономических, межнациональных и межконфессиональных конфликтов. Вполне очевидно, что без решения этих вопросов проблематичным выглядит и движение в сторону повышения качества жизни населения, что является основной задачей органа власти.

Таким образом, речь идет о разработке технологий управления информационной политикой органов власти, которая была бы направлена на продвижение и принятие новых проектов и предложений различными целевыми группами, с одной стороны, и создавала бы предпосылки

для формирования устойчивых легитимных моделей поведения и отношений, основанных, прежде всего, на патриотических ценностях – с другой.

Несмотря на то, что уже весьма продолжительное время понимание необходимости решения данных проблем существует, вопрос о том, зачем это власти, в частности – муниципалитетам, до сих пор остается открытым.

Наш анализ позволяет говорить о следующих задачах, которые может решать муниципалитет (и не только), управляя своей информационной политикой:

Задачи оперативного управления

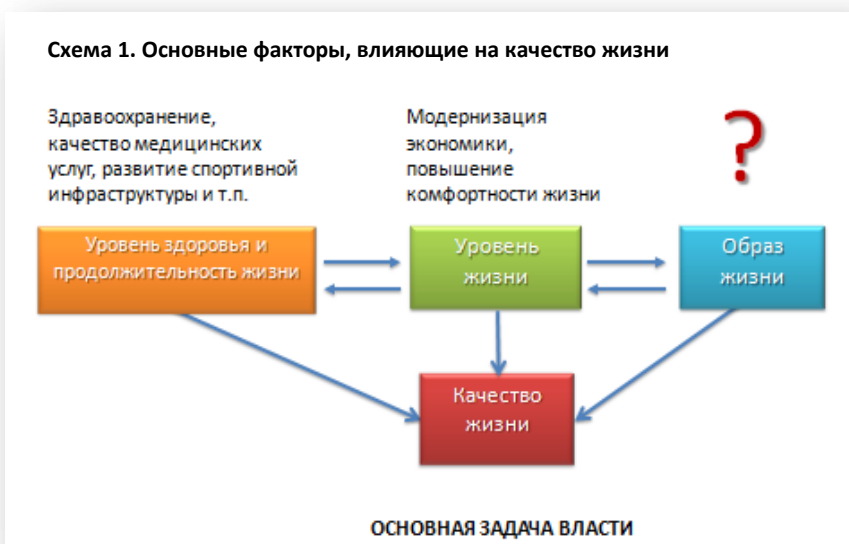
1. Сохранение социально-экономической и политической стабильности.
2. Обеспечение эффективности реализации управленческих решений.
3. Привлечение инвестиций.

Задачи стратегического управления

1. Формирование лояльности населения к власти, городу (Малой Родине), стране (Большая Родина), государству.
2. Формирование патриотических ценностей и образа жизни, основанного на них.
3. Разделение ответственности за происходящие социально-экономические и политические процессы с бизнесом и представителями «третьего сектора».

В свою очередь, решение этих задач

подразумевает под собой осуществление долгосрочного, комплексного информационного воздействия и, соответственно, включение информационной составляющей в стратегии развития муниципалитета.



Возникает вполне закономерный вопрос – почему, при всей ее необходимости, очень немногие муниципалитеты занимаются формированием и управлением информационной политикой?

Причин, на наш взгляд, здесь несколько.

В первую очередь, это отсутствие нормативно-правовой базы, как на федеральном уровне, так и на региональном. Базы, которая определяла бы и ценностные ориентиры содержания ИП, источники финансирования и материального обеспечения и т.п.

Однако, утверждать, что здесь совсем все пусто, тоже неправомерно. Определенные позиции, которые можно отнести к управлению информационной сферой, мы можем обнаружить в федеральных законах «О СМИ», «Об информации, информационных технологиях и защите информации», «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ». Добавим сюда Указ Президента РФ от 28.04.2008 № 607 "Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов", Постановление Правительства РФ "О федеральной целевой программе "Электронная Россия (2002-2010 годы)" и, конечно же, любимый всеми муниципалитетами, ФЗ №131 «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ».

Тем не менее, единого документа, который бы определял и регулировал вопросы информационной политики, в том числе и на муниципальном уровне, сегодня нет.

Другая, немаловажная причина состоит в том, что сегодня нет адекватной организационной модели формирования и управления информационной политикой, особенно если рассматривать ее как элемент общей стратегии развития территории.

Здесь, конечно, можно поспорить. Фактически во всех крупных и средних муниципалитетах есть пресс-службы (пресс-секретари) или отделы по связям с общественностью. Однако наши исследования показывают, что существующие структуры работают только на решение задач оперативного управления. В определенном смысле они – «пожарная команда», чья деятельность в основном состоит в быстром реагировании на связанные с работой администрации проблемы. Говорить здесь о комплексном решении стратегических задач не приходится. Причем причины не в уровне квалификации данных специалистов, а в той организационной модели и текущих задачах, которые перед ними ставятся.

Все это ставит перед нами целый спектр вопросов. В частности:

1. Как **разработать** структуру и содержание информационной политики муниципалитета?

2. Как **организовать деятельность**, обеспечивающую комплексное информационное взаимодействие с различными целевыми группами?

3. Как **выстроить систему внутреннего взаимодействия** служб и подразделений администрации по реализации информационной политики?

4. Как **оценить эффективность** информационной деятельности?

5. Откуда брать **специалистов** для осуществления информационной деятельности?

Естественно, это далеко не весь список. И в рамках данного исследования мы вряд ли сможем ответить на каждый из них. Во всяком случае, попытаемся определиться хотя бы с общими контурами ответов.

Однако для этого нам необходимо четко определиться с тем смыслом, который мы вкладываем в термин «информационная политика».

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ ОРГАНОВ ВЛАСТИ

На сегодняшний день существует несколько определений «информационной политики». Все они достаточно интересны и в той или иной степени отражают суть понятия и представления своих авторов о данной сфере. В нашем проекте, чтобы избавиться от разночтений, мы использовали следующую трактовку: *информационная политика – это ряд целенаправленных действий, связанных с внедрением определенных информационных положений в сознание различных социальных групп и позволяющих сформировать и защитить положительный образ конкретного органа власти в целом, а также его руководства, и, в первую очередь, высшего руководящего лица.*

Такое определение позволяет сформулировать структурно-функциональную модель информационной политики (см. Схему 2.). На наш взгляд, она включает несколько взаимосвязанных элементов, основным из которых является идеологический блок (или миссия) организации, выступающий содержательной базой для осуществления любой информационной деятельности. Следом за этим блоком, вырабатывающийся на стратегическом уровне управления, идет адаптация и постановка конкретных задач для различных целевых групп, являющихся объектами информационного воздействия.

Поскольку основная цель, которая ставится при формировании информационной политики, состоит в обеспечении эффективности управления, то, исходя из этого, отбор целевых групп строится на основе их влияния на достижения данной цели.

После постановки задач для различных целевых групп,

информационная политика предусматривает определение форм контактов (и каналов коммуникации), которые позволили бы осуществить донесение необходимых сообщений до каждой из этих групп, а также адекватных методов воздействия.

Заключительным элементом является контрольно-координационная функция, основная задача которой состоит в распределении объемов внимания к каждой группе и оценки эффективности применяемых методов воздействия.

Такая модель позволяет выделить несколько функциональных и содержательных блоков, которые требуют достаточно жесткую регламентацию.

На уровне идеологического блока речь идет о четком оформлении, с одной стороны, ценностей, на основе которых строит свою работу орган власти (при этом речь может идти не столько об идеологии, сколько о том, какими чертами, имиджем должна обладать власть), а с другой – как эти ценности должны быть адаптированы к специфике различных целевых групп.



Схема 2. Структура информационной политики

Следующие блоки фиксируют специфику тех видов деятельности, которые направлены на оформление и распространение этих ценностей (имиджевых характеристик) до различных целевых групп. При этом можно выделить отдельные функции, которые необходимы для реализации информационной политики. К их числу относятся «планирование», «производство сообщений», «распространение», «анализ эффективности», «координация и контроль».

В самом общем виде систему реализации информационной политики можно рассматривать в виде повторяющихся циклов выполнения данных видов деятельности (см. Схему 3.).

Таковы были наши исходные представления об информационной политике органа власти, опираясь на которые мы и провели опрос.

Теперь перейдем к анализу полученных результатов.



Схема 3. Функциональный цикл осуществления информационной политики

Представления об информационной политике органа власти руководителей и сотрудников муниципалитетов

ЭКСПЕРТЫ, ПРИНЯВШИЕ УЧАСТИЕ В ИССЛЕДОВАНИИ

Качество любой исследовательской информации всегда определяется уровнем компетенции источников. В связи с этим, несколько слов хотелось бы сказать об экспертах, принявших участие в опросе, и тех территориях, которые они представляют.

Выше мы уже говорили о том, что участники исследования по численности представляют почти половину субъектов Российской Федерации. При этом география проекта простирается с Дальнего Востока (Хабаровск) до западных областей России (Ленинградская, Белгородская

Стаж работы	Процент
до 1 года	9,5
2-5 лет	31,0
6-9 лет	14,3
10-13 лет	7,1
14 лет и больше	38,1

и др.). Все это свидетельствует том, что при таком масштабе серьезно будет влиять местная специфика детальности того или иного муниципалитета.

Что касается компетенции наших экспертов, то большинство из них обладают не только серьезным опытом работы в органах власти (см. Таблицу 1.), но и занимают руководящие должности.

В частности, отметим, что 20,9 % участников исследования являются Главами городских округов и муниципальных районов, а еще 13,9% - их заместителями. Помимо этого, больше половины экспертов работают в должностях

начальников отделов, управлений и служб (см. диаграмму).

В частности, эти участники осуществляют руководство в следующих подразделениях:

1. Департамент информационной политики;
2. Информационно-аналитический отдел \ управление;
3. Общий отдел;
4. Отдел по информатизации и сетевым ресурсам;
5. Отдел по информационной политике и информатизации;
6. Отдел правового и информационного обеспечения.
7. Пресс-служба
8. Управление \ отдел экономики
9. Управление делами администрации
10. Управление по делам молодежи и работе с общественностью

На наш взгляд, все это еще раз подчеркивает компетентность наших экспертов и качество полученной информации.



Определение, задачи и целевые группы информационной политики органа власти

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ

В первом блоке вопросов нам было необходимо выяснить, насколько совпадает наше представление об информационной политике органа власти с мнением экспертов. В связи с этим, предложив им свое определение, мы попросили участников опроса, если это необходимо, дополнить его. В итоге мы получили следующие результаты.

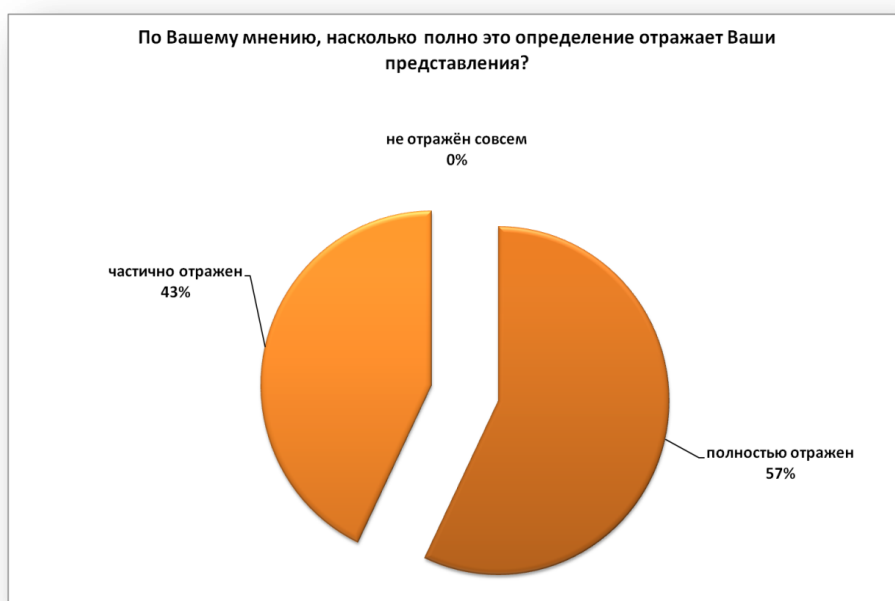
Сразу отметим, что большинство экспертов (57%) согласилось с нашей точкой зрения (см. диаграмму). По мнению 43% данное определение отражает существующее положение дел лишь частично.

Эксперты предложили такие дополнения:

- «Информационная политика – это комплекс мероприятий, призванный формировать у общественности желаемое представление о деятельности власти, о ее текущих и перспективных задачах, наиболее острых проблемах региона. Условиями достижения этого являются системность, постоянство и динамичный, изменяющийся в зависимости от условий, характер информационной деятельности.»
- «Информационная политика-это ряд мероприятий, направленных на формирование имиджа территории, для позитивного социально-экономического развития района и привлечения инвестиций.»
- «Возможность получить положительную ответную реакцию (действие) со стороны учителей района, каждого гражданина.»

- «Повествование (разъяснение) о направлениях деятельности органов власти.»
- «А также получение информации от различных социальных групп о деятельности органа власти, и выстраивание на этой основе дальнейших действий».
- «Информационная политика должна также включать так называемую «обратную связь» - получение информации от общественности и ее дальнейший анализ.»
- «Информационная политика - комплекс политических, экономических, социально-культурных и организационных мероприятий, направленных на обеспечение органами власти информационного взаимодействия во всех сферах жизнедеятельности общества и государства».
- «Без слов «а также его руководства, и, в первую очередь, высшего руководящего лица».

На наш взгляд, эти дополнения весьма существенны для понимания сути информационной политики и мы учтем их в наших последующих исследованиях.



ЗАДАЧИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Перейдем к рассмотрению основных задач, которые должна решать информационная политика. Мы задали экспертам два вопроса, в которых, с одной стороны, фиксировались те проблемы, которые стоят сегодня перед муниципалитетами в информационной сфере, а с другой – формулировались основные направления деятельности информационных служб.

Отчасти они совпали с нашими гипотезами. Как можно заметить (см. диаграмму), основное внимание руководители и сотрудники муниципалитетов уделяют решению оперативных задач - сохранению социально-экономической и политической стабильности, а также формированию имиджа своей территории. В свете тех проблем, с которыми сегодня сталкиваются местные органы власти, такой результат вполне закономерен.

В связи с этим, логичным является и список тех задач, которые эксперты ставят перед структурой, которая должна отвечать за формирование и управление информационной политикой.

Первое место здесь делят «информирование целевых групп о деятельности органа власти» и «формирование и поддержка положительного имиджа органа власти» - по 67,4% (см. диаграмму).

Отдельно отметим, что большое внимание эксперты уделили и аналитическим задачам. Об этом свидетельствует включение в список «анализ полученной информации», а также «сбор информации о состоянии целевых групп».

На наш взгляд, это свидетельствует о серьезной нехватки информации о состоянии общественного мнения и механизмов его постоянного мониторинга.



СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ОСНОВА ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Ранее уже говорилось, что основу информационной политики определяет ее «идеологический» блок, т.е. та система ценностей (и \ или имиджевых характеристик), которая в адаптированном виде пропагандируется в целевых группах.

В рамках данного исследования мы не ставили задачу выяснить мнения экспертов относительно содержания этого блока. Основная причина состоит в том, что по нашему глубокому убеждению эта система должна быть сформулирована на федеральном уровне. Это позволит создать единую основу и для регионального (в т.ч. и муниципального) позиционирования, и для формирования единого ценностного пространства в стране.

Хотелось бы отметить, эта позиция в какой-то мере разделяется нашими экспертами. Поэтому неслучайно, что позиция, связанная с представлением системы ценностей информационной политики муниципалитета «в виде сформулированных государственных приоритетов» заняла второе место (см. диаграмму).

Тем не менее, сложно не согласиться и с другими мнениями участников исследования. Для решения сегодняшних проблем, определения действий в информационной сфере хотя бы в среднесрочной перспективе, эта система должна войти полноправным элементом стратегического плана развития муниципалитета.

В связи с этим, нам хотелось бы привести в качестве примера ценностные позиции, разработанные г. Шарлотт при формировании стратегического плана развития города. Конечно, не все в этом примере может быть применимо для российской специфики, но некоторые позиции, на наш взгляд, являются весьма интересными.



Вставка 1. Видение, миссия, ценности г. Шарлотт

Видение

Город Шарлотт станет образцом совершенства, который в центр своих интересов ставит жителей города. Высококвалифицированные и заинтересованные специалисты предоставляют всевозможные услуги и ценности. Мы станем основанием жизненно важной экономической деятельности, которая обеспечит городу конкурентное преимущество на рынке. Мы станем сотрудничать с гражданами и бизнесом, чтобы Шарлотт превратился в образцовый город для жизни, работы и досуга.

Миссия

«Муниципальные услуги – наш бизнес»

Миссия города Шарлотт состоит в том, чтобы обеспечить предоставление качественных общественных услуг, которые повысят безопасность, улучшат здоровье и качество жизни граждан. Город определяет потребности сообщества и пытается удовлетворить их:

- Создавая и поддерживая эффективные партнерства;
- Привлекая и удерживая профессиональных мотивированных сотрудников;
- Используя стратегическое бизнес-планирование.

Продолжение Вставки 1.**Ценности**

- **Качество и совершенство**

Применяемые нами стандарты существенно и непосредственно меняют качество нашей работы и качество жизни в сообществе.

- **Ответственность**

Как государственное предприятие мы несем ответственность перед гражданами за потраченные средства и за качество предоставляемых услуг.

- **Производительность**

Мы – деловое предприятие. Наш успех – жизнеспособность и процветание нашего города – зависит от нашей производительности.

- **Командная работа**

Наш бизнес служит разнообразным потребностям и должен соответствовать многочисленным ожиданиям – как нашим собственным, так и наших потребителей. Мы можем делать его успешно и творчески вместе с коллегами и жителями города.

- **Открытость**

Никто не может монополизировать идеи и решения. Чтобы расти эффективно и устойчиво, нам надо быть открытыми друг другу, потребителям и гражданам.

- **Личное развитие**

Потенциал влияния на бизнес, которым обладает каждый человек, безграничен. Развивая свои навыки и способности, мы не только получаем больше удовольствия от собственной работы, но и повышаем качество услуг, предлагаемых городом.

ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

По мнению большинства участников исследования, фактически, все население является объектом информационной политики. Тем не менее, полученные данные позволяют зафиксировать наиболее приоритетные группы.

Вполне понятно, что первое место здесь занимают средства массовой информации (см. диаграмму). Это связано не только с тем, что СМИ выступают одним из своеобразных «источников угроз», а прежде всего тем, что пока они продолжают сохранять за собой роль основного канала коммуникации с различными целевыми группами.

Помимо этого хотелось бы отметить, что эксперты указали лишь «институциональные» объекты (т.е. те, которые представлены конкретными организациями – начиная с общественных организаций, заканчивая бизнес структурами).

Хотя, как показывают наши исследования, к

числу объектов информационной политики можно отнести и «неинституциональные» группы. В частности:

1. Молодежь;
2. Пенсионеры;
3. Рабочие;
4. Электоральные группы;
5. «Бюджетная интеллигенция».

В этом случае речь идет не о взаимодействии с руководством и сотрудниками некой организованной структуры, а о воздействии на общественное мнение (отношение, поведение) этих социальных групп.



КТО ДОЛЖЕН ОТВЕЧАТЬ ЗА РЕАЛИЗАЦИЮ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНА ВЛАСТИ?

Наверно, это всегда является одним из основных вопросов в деятельности органов власти любого уровня. Интересно отметить, что мнение экспертов в данном случае было для нас несколько неожиданным. Большая часть участников исследования на первое место поставило информационно-аналитическую структуру (см. диаграмму). При этом собственно информационные отделы (пресс-служба, отдел по связям с общественностью) в качестве «главных» за информационную политику рассматриваются значительно меньшим числом экспертов.

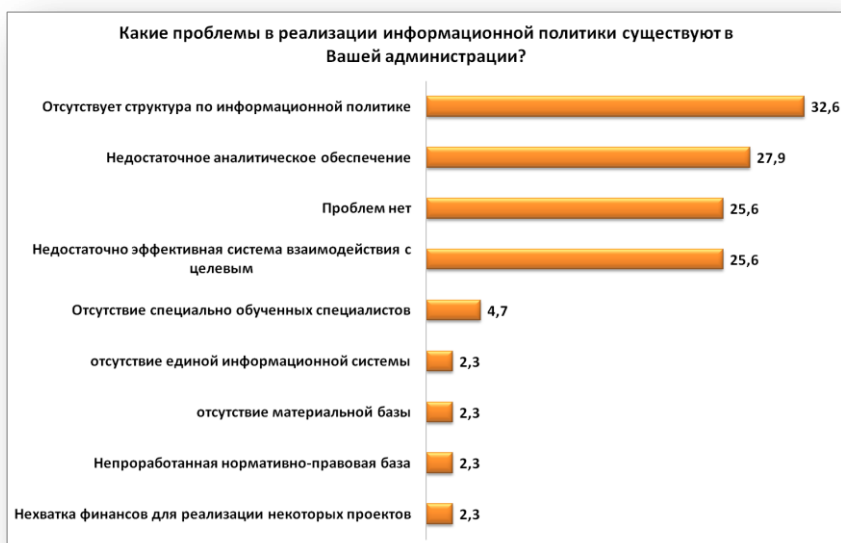
Можно предположить, что сегодня руководители органов власти начинают понимать, что «слепым» информированием, «тушением информационных пожаров» работать неэффективно. Необходимо действовать на опережение, а значит – нужны прогнозы, сценарии, нужна оценка реального состояния каждой целевой группы и общественного мнения в целом.

Об этом отчасти свидетельствуют ответы экспертов еще на один вопрос нашего исследования, – какие проблемы существуют в реализации информационной политики вашей администрации?

Как можно увидеть (см. диаграмму), недостаточное аналитическое обеспечение является одной из основных проблем, не говоря уже о том, что главной вы-

ступает отсутствие структуры, которая могла бы не только воздействовать, но и собирать необходимую информацию.

Тем не менее, приятно знать, что в ряде муниципалитетов таких проблем нет.



Профессиограммы специалистов, отвечающих за реализацию информационной политики органов власти.

В начале 2011 года Центром «Аналитик» (Екатеринбург) была проведена серия исследований, основной задачей которых являлось выявление компетенций специалистов, отвечающих за реализацию информационной политики органов власти. В общей сложности в нашем проекте приняли участие 35 экспертов из Свердловской, Челябинской, Курганской, Томской, Псковской областей, а также из Алтайского края, Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого автономных округов, которые являются руководителями и специалистами пресс-служб, информационно-аналитических отделов и подразделений, отвечающих за взаимодействие с некоммерческими организациями (НКО) в органах власти. С полными версиями отчетов можно ознакомиться на сайтах Центра «Аналитика» (www.rc-analitik.ru).

Нами были получены результаты, которые, на наш взгляд, будут интересны не только исследователям информационной деятельности властных структур, но и практиков, для которых реализация информационной политики является ежедневной рутинной. Каждый отчет включает в себя описание функций, а также спектра тех профессиональных знаний, которые необходимы для эффективной работы пресс-секретарей, аналитиков и специалистов по взаимодействию с НКО.

Однако, подводя итоги проекта, мы пришли к выводу, что собранные нами данные позволяют более широко взглянуть на как процесс управления информационной политикой, так и на спектр тех компетенций, которыми должны обладать специалисты, отвечающие за ее реализацию. Этому и посвящен представленный ниже текст.

ОБЪЕКТЫ И ЗАДАЧИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Как уже отмечалось, основные цели информационной политики состоят, во-первых, в сохранении социально-экономической и политической стабильности на территории, а, во-вторых, в обеспечении эффективности реализации управленческих решений, принятых органом власти.

Таблица 1. Объекты информационной политики.

№	Объект
1.	СМИ
2.	Федеральные исполнительные органы власти
3.	Федеральные законодательные органы власти
4.	Муниципальные исполнительные органы власти
5.	Муниципальные законодательные органы власти
6.	Общественные организации (в т.ч. молодежные общественные организации и движения)
7.	Национальные и религиозные организации
8.	Электоральные группы
9.	Политические партии
10.	Трудовые коллективы

В связи с этим, логично предположить, что объектами воздействия ИП будут являться те группы, от которых в той или иной степени будет зависеть достижение этих целей.

В рамках нашего исследования были выявлены следующие объекты (см. Таблицу 1.)

Сразу отметим несколько особенностей, связанных с этими объектами. Первая из них состоит в том, что здесь выделены, как «внутренние», так и «внешние» группы, с которыми взаимодействуют подразделения по информационной политике (см. Схему 2.). В част-



ности, говоря о «внутренних» объектах, мы подразумеваем работу с непосредственным руководством и другими отделами и управлениями внутри того или иного органа власти. Здесь речь идет не о воздействии как таковом, а об обеспечении аналитической информацией о состоянии общественного мнения, позициях по различным вопросам жизни территории своих руководителей, с одной стороны, и постановку задач, определение направлений информационной политики – с другой. Единственно, что хотелось бы сказать, это то, что работа по «внутреннему» взаимодействию занимает значительно большую часть времени, чем «внешние» группы.

Вторая особенность определяет специфику той сферы и терри-

тории, где осуществляет свою деятельность орган власти. Интересно отметить, что география и масштаб (уровень субъекта федерации или муниципальный уровень) территории значительно меньше влияют на структуру объектов, чем сфера деятельности. Так, например, территориальные особенности, как правило, расширяют (или, наоборот, уменьшают) спектр национальных и общественных организаций. В свою очередь, сфера деятельности (таможня, служба судебных приставов) обуславливает необходимость включения новые специфические объекты (напр., таможенные брокеры и др.).

Последняя особенность, которую необходимо указать – это отсутствие среди объектов информационной политики органов власти такой группы, как предприниматели. Возможно, предполагается, что информирование через СМИ позволяет охватить и эту группу. Однако, как показали другие наши исследования, зачастую бизнесмены не попадают (или их процент невелик) в те аудитории, до которых доносят информацию муниципальные и подобные им издания.

Что же касается распределения зон ответственности по каждому из выделенных объектов ИП между различными службами органов власти, то он носит весьма хаотичный характер (см. Таблицу 2.).

Таблица 2. Объекты ответственности служб и подразделений органов власти, отвечающих за реализацию информационной политики.

№	Пресс-службы	Информационно-аналитические службы	Службы по работе с молодежью и общественными организациями
1.	СМИ	СМИ	Общественные организации, в т.ч. молодежные
2.	Федеральные органы исполнительной и законодательной власти	Федеральные органы исполнительной и законодательной власти	Муниципальные учреждения в сфере молодежной политики
3.	Муниципальные органы исполнительной и законодательной	Муниципальные органы исполнительной и законода-	Муниципальные органы исполнительной и законодательной власти

	власти	тельной власти	
4.	Общественные организации	Муниципальные учреждения, предприятия	Национальные и религиозные организации
5.	Национальные и религиозные организации	Политические партии	СМИ
6.	Электоральные группы	Общественные, национальные и религиозные организации	Федеральные органы исполнительной и законодательной власти
7.		Трудовые коллективы	

Как легко заметить, фактически все объекты находятся под перекрестным воздействием. Однако насколько оно, в конечном счете, является эффективным, остается вопросом.

Тем не менее, продолжим. Исходя из нашего понимания информационной политики, следует следующая система работы по ее реализации (см. Схему 3.).



Эта логика предполагает, что на основе стратегического представления о целях деятельности органа власти в целом, формулируются и задачи информационной политики. В свою очередь проводится анализ состояния объектов воздействия, результаты которого выступают основой для разработки планов, конкретных проектов и мероприятий в информационной сфере, а после этого происходит подготовка и распространение необходимых сообщений (в различных форматах).

В «идеале» за каждую из этих функций (либо за каждый объект воздействия) должен отвечать конкретный исполнитель. Однако, в реально все

далеко не так.

Выше мы уже отметили дублирование работы различных служб на уровне одних и тех же объектов. Аналогичная ситуация складывается и при распределении функций.

Как показало наше исследование, на уровне пресс-службы можно выделить следующие основные функции:

1. **«Производственная»** - подготовка информационных и информационно-аналитических материалов.
2. **«Аналитическая»** - сбор и анализ информации о деятельности СМИ (мониторинг), отчасти о состоянии различных целевых групп, и подготовка на основе проведенного анализа отчетов.
3. **«Коммуникативная»** - осуществление внутренней (внутри своей организации – например, информирование руководства) и внешней (распространение информации для журналистов, представителей общественных и политических организаций, населения и т.п.) коммуникации.
4. **«Организационная»** - подготовка и реализация информационных мероприятий (брифинги, пресс-конференции, выступления руководства в СМИ и т.п.).
5. **«Управленческая»** - организация работы пресс-службы.

На уровне специалистов по работе с молодежью и НКО мы сформулировали следующие функциональные блоки:

1. «Обеспечение взаимодействия». Сюда мы отнесли функции, связанные с различными формами взаимодействия с молодежью и молодежными организациями, начиная с проведения различных конференций и семинаров, заканчивая формированием молодежных движений.

2. «Нормативно-правовой». Этот блок включает в себя разработку проектов постановлений и т.п. документов, направленных на совершенствование взаимодействия.

3. «Аналитический». В этом блоке мы объединили функции, связанные, с одной стороны, со сбором и анализом информации о состоянии различных молодежных групп и организаций, оценкой эффективности реализуемых программ и т.п. С другой – анализ существующей практики (программ, проектов) работы с молодежью.

4. «Программный». Уже, исходя из названия этого блока, понятно, что здесь представлены функции, связанные с разработкой программ и проектов, способствующих реализации основных направлений молодежной политики (в том числе и патриотической тематики).

Что касается информационно-аналитических служб, то здесь был получен следующий список:

1. Обеспечение и реализация информационной политики.
2. Реализация аналитической деятельности.
3. Обеспечение подготовки и принятия управленческих решений руководства.
4. Взаимодействие с представителями общественных и прочих организаций.
5. Взаимодействие со СМИ.
6. Реализация информационной деятельности.
7. Деятельность, связанная со сбором информации.
8. Систематизация собираемой информации.

Если обобщать полученные данные, условно выделяя основные доминанты и «зоны ответственности» в работе этих служб и подразделений, то можно получить такую картину (см. Таблицу 3.).

Таблица 3. Условные «зоны ответственности» подразделений, отвечающих за реализацию информационной политики органа власти.

Подразделение	Основная функция	Основные объекты
Пресс-служба	Информирование население о деятельности органа власти	СМИ, население территории в целом
Отдел по работе с молодежью и НКО	Информирование и поддержка НКО	НКО (в т.ч. национальные, религиозные и молодежные)
Информационно-аналитический отдел	Сбор и анализ информации об объектах ИП	Все

На практике такое разделение «зон ответственности» и существует. Несмотря на то, что организационные структуры в органах власти сегодня постепенно стандартизируются, далеко не все муниципалитеты и субъекты федерации обладают равными возможностями по содержанию отдельных пресс-служб и/или информационно-аналитических служб, не говоря уже о специалистах по работе с НКО. В связи с этим и происходит перераспределение и функций, и изменение «зон ответственности». Где-то оно более удачно, где-то менее, но, тем не менее, это лучше, чем отсутствие данных специалистов в структуре администрации. В любом случае, это подразумевает по собой определенный универсализм специалиста, который выполняет задачи, связанные с реализацией информационной политики.

Теперь рассмотрим те конкретные виды деятельности, которые осуществляют информационные подразделения органов власти.

Основные виды деятельности, связанные с реализацией информационной политики органа власти

Выше мы уже определили основные функциональные блоки, с реализацией которых связана деятельность специалистов по информационной политике. Однако в зависимости от той «зоны ответственности», за которую они отвечают, содержание даже одинаковых блоков будет существенно различаться. Для конкретизации этих отличий, мы попросили наших экспертов описать круг своих должностных обязанностей. Исходя из содержания ежедневной работы, можно выделить компетенции, которые определяют эффективную реализацию сотрудником своей профессиональной деятельности.

Пресс-служба

Еще раз хотелось бы подчеркнуть, что в разных организациях и в различных территориях есть своя специфика. В том числе, она касается и функций, которые реализует пресс-служба. В связи с этим, в первую очередь нас интересовали те позиции, где мнение экспертов полностью совпадало. В итоге мы получили следующую картину (см. Таблицу 4).

Сразу отметим, что особых разночтений в ответах экспертов не наблюдается. Основным видом деятельности связан с выполнением производственной функцией, направленной на подготовку различных информационных материалов. Другая, которой мы еще не касались – «организационная» функция сконцентрирована на подготовке и проведении различного рода мероприятий как для журналистов, так и для представителей других целевых групп. И еще один вид деятельности, о котором необходимо сказать – это «управленческая». Сюда относятся вопросы, связанные с планированием и организацией работы подразделения и, отчасти, делопроизводство.

Таблица 4. Основные виды деятельности, которые реализует пресс-служба

№	Виды деятельности
1.	Подготовка информационных материалов для СМИ и выступления в СМИ с комментариями и заявлениями
2.	Подготовка отчетов
3.	Подготовка информационных материалов для сайта
4.	Мониторинг СМИ
5.	Проведение брифингов и пресс-конференций
6.	Взаимодействия со СМИ и общественными объединениями
7.	Планирование и организация работы подразделения
8.	Создание информационных поводов
9.	Делопроизводство

Взаимодействие с НКО и молодежью

При анализе деятельности специалистов по взаимодействию с НКО возникла определенная сложность. Еще несколько лет назад в структурах органов власти всех уровней была достаточно четко разграничена работа с молодежью и молодежными организациями, с одной стороны, и всеми остальными «взрослыми» НКО – с другой. Естественно, что это отражалось и в штатном расписании, например, местных властей, где были городские и районные Комитеты по делам молодежи, а также отдельные специалисты и отделы по взаимодействию с общественными, национальными и религиозными организациями. Сегодня такой ясности нет. О чем свидетельствуют и ответы наших экспертов.

Большинство из них отметило, что их деятельность направлена в основном на взаимодействие и с молодежью, и с общественными организациями (70%). Остальные 30% занимаются только молодежной тематикой.

В связи с этим, для удобства анализа, мы рассмотрели оба варианта отдельно.

Для начала опишем задачи, которые, по мнению экспертов, выполняет структура, отвечающая за взаимодействие только с молодежью. Анализ содержания ежедневной работы специалистов, отвечающих только за «молодежную» тематику, позволил нам выделить следующие виды деятельности (см. Таблицу 5.).

Таблица 5. Блоки и виды деятельности, которые реализует отдел/ служба по работе с молодежью

Блоки	Виды деятельности
1. Обеспечение взаимодействия	1. Организация и проведение семинаров, конференций
	2. Осуществление мер по поддержке молодежи
	3. Осуществление мер по организации занятости молодежи
	4. Координирование и поддержание деятельности молодежных центров
	5. Формирование молодежных движений
2. Нормативно-правовой	1. Обеспечение условий для создания и развития молодежной политики
3. Аналитический	1. Изучение проблем молодежи на территории деятельности органа власти
	2. Осуществление сбора статистических данных
	3. Анализ эффективности существующих программ в сфере молодежной политики
4. Программный	1. Разработка и реализация программ развития молодежной политики
	2. Разработка направлений деятельности патриотического воспитания

Теперь рассмотрим задачи и функции подразделений, отвечающих за взаимодействие с более широким спектром некоммерческих организаций.

Основная деятельность этих служб направлена на обеспечение взаимодействие, которое, помимо прочего, включает в себя организацию и проведение различных мероприятий, связанных с НКО, поддержку и рассмотрение инициатив общественных организаций и т.п.

Для выполнения этих задач, как отметили эксперты, реализуется достаточно широкий спектр различных функций.

Следуя описанной выше логике, мы сгруппировали эти функции в несколько основных блоков. В итоге нами был получен несколько иной набор блоков, отличающийся и структурой, и наполнением (см. Таблицу 6.). Очевидно, что деятельность этих специалистов в большей степени ориентирована на оказание различного рода поддержки – методической, информационной и финансовой.

Таблица 6. Блоки и виды деятельности, которые реализует отдел/ служба по работе с молодежью и общественными организациями.

Блоки	Виды деятельности
1. Обеспечение взаимодействия	1. Организация и проведение мероприятий
	2. Рассмотрение предложений, заявлений от НКО
	3. Оказание методической и организационной помощи НКО
	4. Оказание материальной и финансовой поддержки НКО
2. Информационный	1. Информирование населения о деятельности НКО
	2. Информирование главы о деятельности НКО
3. Нормативно-правовой	1. Совершенствование нормативно-правовых актов по вопросам НКО
	2. Определение политики и механизма взаимодействия
4. Аналитический	1. Ведение базы данных НКО
	2. Подготовка материалов по вопросам НКО

Информационно-аналитическая служба

Выше мы уже отметили, что основные задачи, которые призваны решать аналитики, связаны с сопровождением и аналитическим обеспечением деятельности органа власти. В рамках исследования, мы попросили экспертов конкретизировать содержание тех видов деятельности, которая связана с их реализацией. Были получены следующие результаты (см. Таблицу 7.)

Таблица 7. Основные функции и виды деятельности, которые реализует информационно-аналитический отдел

Обеспечение и реализация информационной политики	<ul style="list-style-type: none"> • Подготовка проектов постановлений и распоряжений, касающихся деятельности общественно-политических организаций и средств массовой информации; • Разработка предложений об укреплении информационных позиций; • Разработка единой концепции деятельности органа власти; • Подготовка предложений о согласовании действий органов государственной власти и органов местного самоуправления в сфере информационной политики.
Реализация аналитической деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ деятельности СМИ; • Анализ состояния общественного мнения населения; • Подготовка анализа общественно-политической ситуации; • Анализ состояния электоральной активности населения; • Разработка предложений по корректировке общественно-политической жизни.
Обеспечение подготовки и принятия управленческих решений руководства	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ информационного сопровождения деятельности ОВ; • Подготовка проектов постановлений и распоряжений главы; • Проведение экспертизы документов, разработанных структурными подразделениями ОВ; • Участие в подготовке и работе конференций и пленумов.
Взаимодействие с представителями общественных и прочих организаций	<ul style="list-style-type: none"> • Взаимодействие при проведении мероприятий; • Наблюдение за ходом проведения массовых акций; • Осуществление личных контактов с лидерами общественных организаций.
Взаимодействие со СМИ	<ul style="list-style-type: none"> • Поддержка контактов со СМИ; • Осуществление обновления сайта организации; • Организация встреч руководства органа власти с руководителями; • Организация подписки.
Реализация информационной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • Участие в организованных рекламных и пропагандистских кампаниях; • Участие в организации по созданию средств наглядной агитации; • Участие в приеме обращений граждан.
Деятельность, связанная со сбором информации	<ul style="list-style-type: none"> • Организация и проведение мониторинга сообщений СМИ; • Организация и проведение опросов общественного мнения; • Организация и проведение опросов лидеров общественного мнения территории.
Систематизация собираемой информации	<p>Формирование баз данных о:</p> <ul style="list-style-type: none"> • средствах массовой информации; • политических партиях; • профессиональных и общественных объединениях; • национальных и религиозных организациях.

Профессиональные и личные качества, необходимые специалистам по информационной политике органов власти

Профессионализм любого сотрудника складывается не только из определенного опыта и знаний. Не последнюю роль здесь играют, с одной стороны, нормы и ценности, на которые специалист опирается в своей работе, а с другой – личные качества, которыми он обладает.

На вопросы, связанные с этими характеристиками, мы также попросили ответить экспертов. Сразу отметим, что мы получили довольно большое количество характеристик, что свидетельствует об отсутствии четко понимаемых и разделяемых всеми профессиональных норм и требований. Сюда вошли, например, качества, носящие скорее личностный, чем профессиональный характер, а именно - пунктуальность, коммуникабельность, доброжелательность, открытость и т.д.

Личные и деловые качества

Как мы только что отметили, эксперты весьма большое внимание уделили личным качествам, которыми должен обладать специалисты по информационной политике. Естественно, что мы не могли не попросить участников проекта сформулировать те из них, которые являются наиболее важными. В итоге мы получили следующую картину (см. Таблицу 8):

Таблица 8. Требования к личным качествам специалистов по информационной политике органов власти.

№	Пресс-секретари	Специалисты по взаимодействию с НКО	Аналитики
1.	Эмоциональная устойчивость в проблемных ситуациях	Оперативность и креативность мышления	Оперативность и креативность мышления
2.	Широкая эрудиция и культура речи	Общительность	Широкая эрудиция и культура речи
3.	Оперативность и креативность мышления	Эмоциональная устойчивость в проблемных ситуациях	Эмоциональная устойчивость в проблемных ситуациях
4.	Организованность и деловитость	Организованность и деловитость	Навыки письменной коммуникации
5.	Навыки письменной коммуникации	Мастерство презентации и публичных выступлений	Общительность
6.	Физическая выносливость и работоспособность	Навыки письменной коммуникации	Организованность и деловитость
7.	Дар убеждения и личное обаяние	Дар убеждения и личное обаяние	Дар убеждения и личное обаяние
8.	Интуиция	Социальная смелость и уверенное поведение	Интуиция
9.	Презентабельный внешний облик и культура поведения	Стремление к новым контактам	Вербальная активность
10.	Социальная смелость и уверенное поведение	Физическая выносливость и работоспособность	Мастерство презентации и публичных выступлений

Базовые знания

Помимо профессиональных знаний и умений, помимо личных качеств, по нашему мнению, специалисты, отвечающие за реализацию информационной политики, должны обладать определенными базовыми знаниями в различных дисциплинах. Мнения экспертов по этому поводу аналогичны. Как сформулировали участники исследования, это должны быть знания в следующих сферах (см. Таблицу 9.):

Таблица 9. Базовые знания специалистов по информационной политике органов власти.

№	Пресс-секретари	Специалисты по взаимодействию с НКО	Аналитики
1.	Журналистика	Социальная работа	Государственное и муниципальное управление
2.	Политология	Государственное и муниципальное управление	Политология
3.	Экономика	Юриспруденция	Журналистика
4.	Государственное и муниципальное управление	Психология	Социология

5.	Юриспруденция	Социология	Юриспруденция
6.	Социальная психология	Социальная психология	Экономика
7.	Социология	Журналистика	Психология
8.	Психология		Социальная психология

Подводя итог проведенному исследованию, попытаемся сформулировать основные блоки знаний и навыков, которыми должны обладать различные специалисты, отвечающие за реализацию информационной политике органов власти. Сразу оговоримся, что предлагаемые формулировки не претендуют на истину в последней инстанции. На наш взгляд, их можно рассматривать в качестве определенной отправной точки, хотя и эти данные, на наш взгляд, будут полезны как теоретикам, так и практикам информационной деятельности органов власти.

«Идеальная» модель пресс-секретаря органа власти

Таблица 10. Основные навыки, которыми должен обладать пресс-секретарь \ сотрудник пресс-службы.			
Вид деятельности	Основные навыки и умения	Основные группы методов и технологий	Некоторые виды документов, являющиеся результатом деятельности
«Анализ»	<ul style="list-style-type: none"> Сбор и анализ состояния различных целевых групп. Мониторинг СМИ. Анализ эффективности информационных кампаний и мероприятий. 	<ul style="list-style-type: none"> Методы социологических исследований. 	<ul style="list-style-type: none"> Отчет о результатах исследований. Отчет о результатах мониторинга СМИ. Аналитические записки о СМИ и отдельных журналистах. Отчет об эффективности информационных кампаний и мероприятий.
«Планирование»	<ul style="list-style-type: none"> Разработки рекомендаций для стратегического планирования органа власти в рамках своей компетенции. Разработки оперативных планов работы. Разработка планов осуществления информационных кампаний и мероприятий. 	<ul style="list-style-type: none"> Методы стратегического и оперативного планирования. Методы планирования рекламных и PR-мероприятий и кампаний. 	<ul style="list-style-type: none"> Служебная записка. План работы. План проведения мероприятия. План проведения информационной кампании.
«Производство»	<ul style="list-style-type: none"> Навыки создания текстов и документов, фото и видеосъемки. Навыками литературного редактирования. 	<ul style="list-style-type: none"> Методы создания и редактирования текстов и других видов информационных материалов. 	<ul style="list-style-type: none"> Пресс-релиз Информационная заметка, статья, тексты в других журналистских жанрах. Доклад. Поздравление, письма и т.п.
«Распространение» («Коммуникация»)	<ul style="list-style-type: none"> Навыки общения, установления и поддержания отношений с представителями государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационных, рекламных, консалтинговых агентств и т.д. Навыки организации и проведения информационных мероприятий. 	<ul style="list-style-type: none"> Методы эффективной коммуникации. 	
«Организация и контроль»	<ul style="list-style-type: none"> Навыки управления пресс-службой. Умение разработать регла- 	<ul style="list-style-type: none"> Методы и технологии управления. 	<ul style="list-style-type: none"> Отчет о проделанной работе за период. Должностная инструкция.

	мент и стандарты взаимодействия пресс-службы с другими структурными подразделениями.	<ul style="list-style-type: none"> • Методы документооборота. 	<ul style="list-style-type: none"> • Положение об отделе \ службе. • Регламент взаимодействия с другими подразделениями. • Положение о формировании и управлении информационной политикой органа власти.
--	--	--	---

«Идеальная» модель специалиста по работе с молодежью и/ или НКО органа власти

Таблица 11. Основные навыки, которыми должен обладать специалист по работе с «третьим сектором»			
ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С МОЛОДЕЖЬЮ			
Виды деятельности	Основные навыки и умения	Основные группы методов и технологий	Некоторые виды документов, являющиеся результатом деятельности
Разработка и реализация программ развития молодежной политики	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегическое планирование; • Умение работать в команде; • Навыки организации и проведения публичных мероприятий; • Владение письменным словом. 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы стратегического и оперативного планирования; • Технологии работы в команде; • Методы проведения публичных мероприятий. 	<p>Положение по молодежной политике.</p> <p>Проекты целевых программ.</p>
Изучение проблем молодежи на территории деятельности органа власти + Осуществление сбора статистических данных	<ul style="list-style-type: none"> • Аналитическое мышление; • Навыки письменной коммуникации 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы социологических исследований. 	<p>Отчеты о деятельности отдела/ службы</p> <p>Отчеты о проведенном мероприятии</p>
Разработка направлений деятельности патриотического воспитания	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегическое планирование; • Аналитическое мышление; • Умение работать в команде; • Анализ состояния целевых групп. 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы стратегического и оперативного планирования; • Методы социологических исследований; • Технологии убеждения. 	<p>Проекты положений по молодежной политике.</p> <p>Предложения.</p> <p>Официальные письма.</p>
Организация и проведение семинаров, конференций	<ul style="list-style-type: none"> • Коммуникабельность; • Навыки публичного выступления; • Навыки организации и проведения мероприятий; • Владение навыками эффективных переговоров; • Оперативность мышления 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы эффективного общения; • Технологии убеждения; • Методы самопрезентации; • Технологии организации и проведения PR-мероприятий. 	<p>Отчеты о деятельности отдела/ службы.</p> <p>Отчеты о проведенном мероприятии.</p>
ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С НКО			
Обеспечение взаимодействия органа власти с НКО	<ul style="list-style-type: none"> • Поддержка контактов с НКО; • Осуществление обновления сайта органа власти; 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы построения эффективной коммуникации. 	<p>Отчеты о деятельности отдела/ службы.</p> <p>Материалы на офици-</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Навыки общения, установления и поддержания отношений с представителями НКО. 		альном портале органа власти.
Оказание методической и организационной помощи НКО	<ul style="list-style-type: none"> • Поддержка контактов с НКО; • Осуществление обновления сайта органа власти; • Навыки письменной коммуникации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы эффективного общения; • Технологии организации и проведения PR-мероприятий. 	<p>Отчеты о деятельности отдела/ службы</p> <p>Официальные письма</p> <p>Методические пособия</p>
Информирование населения о деятельности НКО	<ul style="list-style-type: none"> • Поддержка контактов с НКО; • Осуществление обновления сайта органа власти; • Навыки письменной коммуникации • Участие представителей НКО в приеме обращений граждан; • Участие в организованных рекламных и пропагандистских кампаниях; • Наблюдение за ходом проведения массовых акций; • Осуществление личных контактов с лидерами общественных организаций • Коммуникабельность; • Навыки публичного выступления; • Навыки организации и проведения мероприятий; • Владение навыками эффективных переговоров. 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы эффективного общения; • Технологии убеждения; • Технологии организации и проведения PR-мероприятий. 	<p>Отчет о проделанной работе.</p> <p>Сообщения в блоге.</p> <p>Информационно-аналитическая заметка, статья, тексты в других журналистских жанрах.</p> <p>План проведения мероприятия.</p>
Информирование руководства о деятельности НКО	<ul style="list-style-type: none"> • Коммуникабельность; • Навыки публичного выступления; • Навыки организации и проведения мероприятий; • Владение навыками эффективных переговоров. 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы эффективного общения; • Технологии убеждения; • Методы самопрезентации. 	<p>Положение по молодежной политике.</p> <p>Проекты целевых программ.</p> <p>Отчет о проделанной работе;</p> <p>Сообщения в блоге.</p>

«Идеальная» модель специалиста информационно-аналитической службы органа власти

Таблица 12. Основные навыки, которыми должен обладать специалист информационно-аналитической службы

Выполняемые функции	Виды деятельности	Основные навыки и умения	Основные группы методов и технологий	Некоторые виды документов, являющиеся результатом деятельности
Обеспечение подготовки и принятия управленческих решений	<ul style="list-style-type: none"> • Подготовка проектов постановлений и распоряжений; • Разработка единой концепции 	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегическое планирование; • Навыки создания текстов; • Аналитическое мышление; 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы стратегического и оперативного планирования; • Технологии работы в ко- 	<ul style="list-style-type: none"> – Положение по информационной политике органа власти; – Служебная записка;

	<p>деятельности органа власти;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Разработка предложений об укреплении информационных позиций. 	<ul style="list-style-type: none"> • Умение работать в команде. 	манде.	<ul style="list-style-type: none"> – Отчет о проделанной работе (за определенный период времени).
Реализация аналитической деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ деятельности целевых групп; • Подготовка аналитических отчетов; • Разработка предложений. 	<ul style="list-style-type: none"> • Аналитическое мышление; • Навыки письменной коммуникации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы социологических исследований. 	<ul style="list-style-type: none"> – Отчеты о результатах исследований. – Отчет о проведенном мониторинге СМИ. – Отчет сообщений в СМИ.
Обеспечение подготовки и принятия управленческих решений руководства	<ul style="list-style-type: none"> • Участие в подготовке и работе конференций и пленумов; • Анализ информационного сопровождения деятельности ОВ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Коммуникабельность; • Оперативность мышления; • Навыки организации и проведения мероприятий. 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы эффективной коммуникации. • Методы планирования мероприятий. 	<ul style="list-style-type: none"> – Отчет о проделанной работе отдела/ службы; – Сообщения в блоге; – Служебная записка.
Взаимодействие с представителями общественных и прочих организаций	<ul style="list-style-type: none"> • Взаимодействие при проведении мероприятий; • Наблюдение за ходом проведения массовых акций; • Осуществление личных контактов с лидерами общественных организаций. 	<ul style="list-style-type: none"> • Коммуникабельность; • Навыки публичного выступления; • Навыки организации и проведения мероприятий; • Владение навыками эффективных переговоров. 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы эффективного общения; • Технологии убеждения. 	<ul style="list-style-type: none"> – Отчет о проделанной работе; – Сообщения в блоге; – Информационно-аналитическая заметка, статья, тексты в других журналистских жанрах. – План проведения мероприятия
Взаимодействие со СМИ	<ul style="list-style-type: none"> • Поддержка контактов со СМИ; • Осуществление обновления сайта организации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Навыки общения, установления и поддержания отношений с представителями СМИ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы эффективной коммуникации. 	<ul style="list-style-type: none"> – Сообщения в блоге.
Реализация информационной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • Участие в организованных рекламных и пропаганд кампаниях; • Участие в приеме обращений граждан. 	<ul style="list-style-type: none"> • Коммуникабельность; • Навыки публичного выступления; • Навыки организации и проведения мероприятий; • Владение навыками эффективных переговоров. 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы эффективного общения; • Технологии убеждения. 	<ul style="list-style-type: none"> – Сообщения в блоге; – Отчет о проделанной работе за период времени; – Служебная записка.
Деятельность, связанная со сбором информации	<ul style="list-style-type: none"> • Организация и проведение мониторинга сообщений СМИ; • Организация и проведение опросов общественного мнения; 	<ul style="list-style-type: none"> • Аналитическое мышление; • Навыки письменной коммуникации; • Организация рабочей группы. 	<ul style="list-style-type: none"> • Методы социологических исследований; • Технологии управления персоналом; • Методы работы в проектах. 	<ul style="list-style-type: none"> – Планы работ; – Отчет о проделанной работе за период времени; – Отчет о результатах исследований; – Отчет о результате

	<ul style="list-style-type: none"> • Организация и проведение опросов лидеров общественного мнения территории. 			татах мониторинга СМИ.
Систематизация собираемой информации	Формирование баз данных о СМИ, политических партиях, профессиональных и общественных организациях, национальных и религиозных организациях	Навыки общения, установления и поддержания отношений с представителями СМИ, политических партий, профессиональных и общественных организаций, национальных и религиозных организаций	<ul style="list-style-type: none"> • Методы эффективного общения. 	<ul style="list-style-type: none"> – Готовые базы данных; – Отчеты о проделанной работе за период времени

Приложение 1. Список администраций муниципальных районов и городов, принявших участие в исследовании (с указанием субъекта РФ)

1. Администрация города Дзержинска (Нижегородская область),
2. Администрация города Когалыма (ХМАО),
3. Администрация муниципального образования «Увинский район» (Удмуртская Республика),
4. Администрация муниципального образования Гулькевичский район (Краснодарский край)
5. Администрация Сургутского района (ХМАО),
6. Администрация Аксайского района (Ростовская область),
7. Администрация Валдайского муниципального района (Новгородская область),
8. Администрация Верхнемамонского муниципального района (Воронежская область),
9. Администрация Волоколамского муниципального района (Московская область),
10. Администрация Гаврилов-Ямского муниципального района (Ярославская область),
11. Администрация города Енисейска (Красноярский край),
12. Администрация города Железноводска (Ставропольский край),
13. Администрация города Красноярска (Красноярский край),
14. Администрация ЗАТО п. Солнечный (Красноярский край),
15. Администрация Качканарского городского округа (Свердловская область),
16. Администрация Каширского муниципального района (Московская область),
17. Администрация Козловского района (Чувашская Республика),
18. Администрация Колпашевского района (Томская область),
19. Администрация Котельниковского муниципального района (Волгоградская область),
20. Администрация Лужского муниципального района (Ленинградская область),
21. Администрация Марьяновского муниципального района (Омская область),
22. Администрация МО Глазов (Удмуртская Республика),
23. Администрация муниципального образования «Выборгский район» (Ленинградская область),
24. Администрация муниципального образования «Хоринский район» (Республика Бурятия),
25. Администрация муниципального образования Акбулакский район (Оренбургская область),
26. Администрация муниципального образования Курманаевский район (Оренбургская область),
27. Администрация Солецкого муниципального района (Новгородская область),
28. Администрация Туймазинского район (Республика Башкортостан),
29. Администрация Шатурского муниципального района (Московская область),
30. Администрация Яйского муниципального района (Кемеровская область),
31. Администрация Еманжелинского района (Челябинская область),
32. Окружная администрация г. Якутск (Республика Саха (Якутия)),
33. Администрация Ракитянского района (Белгородская область),
34. Администрация Краснокамского муниципального района (Пермский край)
35. Администрация городского округа «Город Чита» (Забайкальский край)
36. Администрация Zubovo-Полянского муниципального района (Республика Мордовия),
37. Администрация г. Хабаровска (Хабаровский край),
38. Администрация Новодеревеньковского района (Орловская область),
39. Администрация Шарканского района (Удмуртская Республика),